

Presse-Information

Nürnberg, den 12. Mai 2022

Neue Studie offenbart:

Im Straßenverkehr herrscht große Unsicherheit

Fast jede/r dritte Deutsche fühlt sich im Straßenverkehr nicht sicher. Schuld daran sind ein erhöhtes Verkehrsaufkommen, neue Fortbewegungsmittel sowie – seit Corona – der Wunsch nach mehr Hygieneschutz im Personennahverkehr. Das offenbart eine Studie des Marktforschungsinstituts YouGov im Auftrag der NÜRNBERGER Versicherung.

Die Welt der Mobilität hat sich rasant gewandelt: Mit dem Bevölkerungswachstum in Deutschland steigt auch das Verkehrsaufkommen. In 28 Jahren (bis 2019) kletterte die Gesamtfahrleistung um fast 32 Prozent auf 755 Milliarden Kilometer. Daraus resultieren vermehrt Verkehrsunfälle, die nur während der Lockdowns zurückgingen. Parallel wuchs der Personenverkehr um 33 Prozent: Nach wie vor meistgenutzt ist das Auto, dicht gefolgt von den Fußgängern. Erst an dritter und vierter Stelle rangieren ÖPNV-Fahrzeuge und private Fahrräder. Das Schlusslicht bilden E-Bikes und E-Roller.

Sie alle teilen sich die überfüllten die Straßen. Städte und Kommunen kämpfen deshalb mit den Auswirkungen auf die Verkehrssicherheit – auch die Versicherungsbranche ist gefragt.

Verändertes Sicherheitsbedürfnis

„Die Herausforderung ist komplex, den Menschen heutzutage das Gefühl zu vermitteln, sicher unterwegs sein zu können“, erklärt Mobilitätsexperte Sebastian Madeja von der NÜRNBERGER Versicherung. „Das Bedürfnis der Bevölkerung nach Schutz ist groß: Rund 30 Prozent der Menschen haben Angst, durch die neuen Fortbewegungsmittel, wie zum Beispiel E-Bikes oder E-Roller, verletzt zu werden.“ Wobei die Aussage bei Städtern eher zutrifft (35 %) als bei ländlichen Bewohnern (27 %).

Zudem geben sechs von zehn Personen an, dass sie seit Corona mehr Wert auf Hygiene im Öffentlichen Nahverkehr legen. Ein Blick in die Altersgruppen verrät: Die Verunsicherung macht sich vor allem bei der Generation 55 + bemerkbar. 70 Prozent der Befragten sagen, ein hoher keimfreier Standard sei ihnen wichtig.

*Bezeichnung gilt für alle Geschlechter gleichermaßen.

Neue Absicherungsformen notwendig

„Wir Versicherer müssen neue Absicherungsformen finden und unseren Kunden Versicherungsschutz während seiner gesamten Mobilität unabhängig des Fortbewegungsmittels anbieten. Dazu sind auch neue Wege zu beschreiten und verstärkt Kooperationen im Mobilitätssektor einzugehen“, resümiert Madeja.

Die Ergebnisse der Studie, die das Marktforschungsunternehmen YouGov im Auftrag der NÜRNBERGER Versicherung erhoben hat, geben einen Ausblick, wie diese geartet sein könnten. Wobei sich vor allem die jüngeren und mittleren Generationen (18 bis 39 Jahre) für die Versicherungsideen interessierten. Eklatante Unterschiede zwischen Stadt und Land waren nicht zu erkennen.

Beispielsweise würde eine Art Strecken-Versicherung dabei helfen, dass er sich sicherer fühlt – das meinte jeder fünfte Befragte. Dabei wird, unabhängig vom Fortbewegungsmittel, eine Strecke versichert, die der Kunde zurücklegt. Oder eine Versicherung im Nachgang: Das würde bei über 30 Prozent der Bevölkerung dem gestiegenen Sicherheitsbedürfnis Rechnung tragen. Hierbei schließt der Versicherungsnehmer erst nach einem Unfall einen Vertrag ab und die Versicherung zahlt. Auch eine Hygiene-Versicherung würde das Sicherheitsgefühl positiv beeinflussen, meint knapp ein Drittel der Befragten. Quasi eine Versicherung, die leistet, wenn sich der Kunde mit einem Virus infiziert.

Ziel: Gefühl der Sicherheit steigern

„Wenn man sich mit den Folgen des Mobilitätswandels beschäftigt, darf man die wachsende Verunsicherung der Menschen nicht außer Acht lassen. Wir arbeiten bereits intensiv an passenden Lösungen“, bestätigt Sebastian Madeja.

*Bezeichnung gilt für alle Geschlechter gleichermaßen.